

### Warum spielen wir Computerspiele? Von Counter Strike bis World of Warcraft: wie sich Identität in Online-Spielen konstituiert

Decken, Florian

Veröffentlichungsversion / Published Version  
Arbeitspapier / working paper

#### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Decken, F. (2015). *Warum spielen wir Computerspiele? Von Counter Strike bis World of Warcraft: wie sich Identität in Online-Spielen konstituiert*. (Working Papers kultur- und techniksoziologische Studien, 04/2015). Duisburg: Universität Duisburg-Essen Campus Duisburg, Fak. für Gesellschaftswissenschaften, Institut für Soziologie. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-49304-2>

#### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

#### Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.



**Working Papers**  
**kultur- und techniksoziologische Studien**

Volume 8 (4)  
no 04/2015

Herausgeber:  
Diego Compagna, Stefan Derpmann und Manuela Marquardt  
Layout:  
Vera Keyzers

Kontakt:  
diego.compagna@gmail.com  
stefan.derpmann@gmail.com  
manuela.marquardt@gmx.de

Ein Verzeichnis aller Beiträge befindet sich hier:  
[www.uni-due.de/wpkts](http://www.uni-due.de/wpkts)

ISSN 1866-3877  
(Working Papers kultur- und techniksoziologische Studien)

**Working Papers kultur- und techniksoziologische Studien - Copyright**

This online working paper may be cited or briefly quoted in line with the usual academic conventions. You may also download them for your own personal use. This paper must not be published elsewhere (e.g. to mailing lists, bulletin boards etc.) without the author's explicit permission.

Please note that if you copy this paper you must:

- include this copyright note
- not use the paper for commercial purposes or gain in any way

You should observe the conventions of academic citation in a version of the following form:

Author (Year): Title. In: Working Papers kultur- und techniksoziologische Studien (no xx/Year). Eds.: Diego Compagna / Stefan Derpmann / Manuela Marquardt, University Duisburg-Essen, Germany. [www.uni-due.de/wpkts](http://www.uni-due.de/wpkts) (dd.mm.yyyy)

**Working Papers kultur- und techniksoziologische Studien - Copyright**

Das vorliegende Working Paper kann entsprechend der üblichen akademischen Regeln zitiert werden. Es kann für den persönlichen Gebrauch auch lokal gespeichert werden. Es darf nicht anderweitig publiziert oder verteilt werden (z.B. in Mailinglisten) ohne die ausdrückliche Erlaubnis des/der Autors/in.

Sollte dieses Paper ausgedruckt oder kopiert werden:

- Müssen diese Copyright Informationen enthalten sein
- Darf es nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden

Es sollten die allgemein üblichen Zitationsregeln befolgt werden, bspw. in dieser oder einer ähnlichen Form:

Autor/in (Jahr): Titel. In: Working Papers kultur- und techniksoziologische Studien (no xx/Jahr). Hrsg.: Diego Compagna / Stefan Derpmann / Manuela Marquardt, Universität Duisburg-Essen, Deutschland. [www.uni-due.de/wpkts](http://www.uni-due.de/wpkts) (tt.mm.jjjj)

## **Vorwort**

Eine soziologische Betrachtung von Technik zeichnet sich unter anderem dadurch aus, dass das Bedingungsverhältnis zwischen den technischen Artefakten und den sozialen Kontexten, in die jene eingebettet sind, als ein interdependentes – zu beiden Seiten hin gleichermaßen konstitutives – angesehen wird. Diesem Wesenszug soziologischer Perspektiven auf Technik trägt der Titel dieser Reihe Rechnung, insofern von einer soziokulturellen Einfärbung von Technik sowie – vice versa – eines Abfärbens von technikhärenten Merkmalen auf das Soziale auszugehen ist. Darüber hinaus schieben sich zwischen den vielfältigen Kontexten der Forschung, Entwicklung, Herstellung, Gewährleistung und Nutzung zusätzliche Unschärfen ein, die den unterschiedlichen Schwerpunktsetzungen und Orientierungen dieser Kontexte geschuldet sind: In einer hochgradig ausdifferenzierten Gesellschaft ist das Verhältnis von Sozialem und Technik durch je spezifischen Ent- und Rückbettungsdynamiken gekennzeichnet.

Die Reihe Working Papers kultur- und techniksoziologische Studien (WPktS) bietet eine Plattform für den niederschweligen Austausch mit Kolleg\_innen und steht Wissenschaftler\_innen und Student\_innen aller Universitäten, Fachrichtungen und Institute für die Veröffentlichung ihrer Forschungs- und Qualifikationsarbeiten offen. Der thematische Rahmen ist hierfür mit Absicht breit gewählt und kann mit verschiedensten Darstellungsformen – vom Essay über die Forschungsskizze bis zum Aufsatz – bearbeitet werden.

Die Reihe WPktS erscheint seit 2008; jede Ausgabe kann Online ([www.uni-due.de/wpkts](http://www.uni-due.de/wpkts)) als PDF-Dokument abgerufen werden.

Die Herausgeber

Berlin und Essen, im April 2015

# **Warum spielen wir Computerspiele? Von Counter Strike bis World of Warcraft: Wie sich Identität in Online-Spielen konstituiert**

**Florian Decken**

Master of Arts Soziologie / florian.decken@googlemail.com

## **Keywords**

Computerspiele, Identität, Online-Spiele, World of Warcraft, Counter Strike, League of Legends

## **Abstract**

Seit der Entstehung der ersten Computerspiele in den achtziger Jahren sind diese mittlerweile aus dem Alltag kaum mehr wegzudenken. Im Rahmen dieser Arbeit soll der Frage nachgegangen werden, wie sich Identitäten in Online-Spielen konstruieren. Hierfür wurden verschiedene Identitätskonzepte auf ihre Relevanz für Online-Spieler-Identitäten untersucht, es wurden sieben Leitfadeninterviews mit langjährigen Spielern von Online-Rollenspielen (MMORPGs), Strategiespielen (MOBAs) und Ego-Shootern durchgeführt und im Hinblick auf die Identitätskonstruktion ausgewertet.

## **1 Einleitung**

Computerspiele lösen bei immer mehr Menschen eine Faszination aus. Angefangen hat das virtuelle Spielen 1972 mit dem Computerspiel Pong, welches das erste Spiel war, das sich als Produkt der Unterhaltungselektronik durchsetzen konnte (vgl. Bünger 2005: 7). Der Gründer des Spiels, Nolan Bushnell, welcher mit Kollegen die Firma Atari gründete, gilt als einer der Urväter der Computerspiele. Der Automat, auf dem das Spiel Pong vorerst lief, wurde in vielen öffentlich zugänglichen Räumen aufgestellt, zum Beispiel in Eingängen von Kaufhäusern, um Personen den Zugang zum Spiel zu ermöglichen (vgl. Wimmer 2013: 17). Heutzutage sind Computerspiele ein fester Bestandteil unserer Gesellschaft. Ob es nun ein komplexes Online-Rollenspiel wie World of Warcraft oder ein Handyspiel wie Candy Crush Saga ist, wir können zu jeder beliebigen Zeit und an jedem beliebigen Ort spielen. Die Möglichkeiten, heute in Arbeitspausen, in öffentlichen Verkehrsmitteln oder in einem Café zu spielen, sind mannigfaltig gegeben. Die Zeit der Begrenzung des Spielens auf das Zuhause ist längst vorbei. Das Bild des einsamen, in seinem stillen dunklen Kämmerchen sitzenden Spielers<sup>1</sup> bricht immer mehr in sich zusammen. Dies gilt auch, weil Spielemessen wie die

---

<sup>1</sup> Das Wort Spieler wird in dieser Arbeit für die Spielerin und den Spieler verwendet, damit eine Genderneutralität gewährleistet ist.

Gamescom, die größte Computerspielemesse der Welt, die neuesten Spieletrends vorstellen und für ein immer breiteres Publikum Spiele angeboten werden. 2014 waren über 335.000 interessierte Spieler auf der Gamescom, die sich dort über die neusten Spiele informiert haben (vgl. BIU o.J.: o.S.). Online-Spiele bieten in der heutigen Zeit eine Art der Kommunikation zwischen Spielern, die vor 50 Jahren noch nicht möglich gewesen ist. Auch wird das Spielerlebnis, welches Spieler erfahren, optisch immer besser und gleicht in einigen Spielen annähernd der Realität. Die meisten Spiele werden nicht mehr wie im 20. Jahrhundert alleine gespielt, sondern mit einer Vielzahl an Spielern in einer virtuellen Welt gemeinsam gespielt. „Wir erschießen Leute im Internet. Wir tanzen nackt in Ironforge. Wir haben Freunde in der ganzen Welt - und die meisten davon noch nie gesehen“ (eGames 2007: 9). Durch das Aufkommen unterschiedlichster Online-Spiele hat sich nicht nur die Kommunikation der Spieler verändert, sondern auch die Möglichkeit der Interaktion und Handlung zwischen den Spielern. Es ist interessant für die Gesellschaft zu erfahren, wie Spieler miteinander umgehen und ob sich andere Strukturen im Gegensatz zu ihrem Leben außerhalb des Spiels ergeben. Das Aufkommen neuer Medien mit den dazugehörigen Online-Spielen beeinflusst die Identität der Spieler. werden Gedanken über das eigene Selbst getroffen.

„Man denkt über Identität nach, wenn man sich nicht mehr sicher ist, wer man ist und in Zukunft sein möchte. Man denkt über Gemeinschaft nach, wenn man nicht mehr weiß, wohin man gehört. Die Verunsicherung darüber, wer man ist und wohin man gehört, beschreibt keine individuelle, sondern eine kollektive Erfahrung in der Gegenwartsgesellschaft“ (Schachtner 2008: 105).

Spiele, insbesondere Online-Spiele, können einen Ort bieten, an den sich der Mensch zurückziehen kann. Hierbei kann auch über die eigene Identität nachgedacht werden. Doch nicht nur die Verunsicherung über die Zukunft in der Gesellschaft gibt Anlass zum Nachdenken über die eigene Identität. Identität durchzieht alle Bereiche des Lebens und ist schwierig zu erfassen. In dieser Arbeit wird darauf eingegangen, warum Individuen Computerspiele spielen. Im Mittelpunkt die Konstruktion von Identität in Online-Spielen. Es wird danach gefragt, welche Aspekte für eine solche Identität wichtig sind und versucht, Aspekte einer allgemeinen, für alle Spieler von Online-Spielen geltende, Online-Identität aufzustellen. Hierfür soll zunächst identifiziert werden, was genau Identität bedeutet und wie sich diese in Online-Spielen äußern kann.

## 2 Definition des Identitätsbegriffs

Was ist Identität? Geht man vom allgemeinen Sprachgebrauch aus und betrachtet die sprachliche Bedeutung des Wortes, beschreibt Identität die Echtheit einer Person oder Sache, also die Übereinstimmung mit dem, was die Person oder Sache ausmacht (vgl. Bibliographisches Institut GmbH, Duden 2013: o.S.). Identität bedeutet Deckungsgleichheit oder Entsprechung und wird vor allem in der Sozialpsychologie als „Wir-Erleben zwischen Individuum und Gruppe“ wahrgenommen (vgl. Hehlmann 1974: 220 f.). Jürgen Habermas verfolgt diese Linie weiter und versteht die Bildung einer eigenen Identität durch einseitiges Rollenerlernen. Durch den Sozialisationsprozess bildet sich die Identität des Individuums aus und es erschafft eine eigene Ich-Identität (vgl. Benölken 1987: 37). Auch Goffman versteht die Bildung einer einheitlichen Identität als Gleichgewicht zwischen persönlicher und sozialer Identität. Persönliche Identität spiegelt die Individualität einer Person wieder und bezieht sich auf die eigene Biographie und erlebte Situationen im bisherigen Leben. Eine soziale Identität besteht aus verschiedenen Rollenerwartungen, die dem Individuum von seiner Umwelt (z. B. Gesellschaft, familiärer Umkreis etc.) auferlegt werden und die es zu erfüllen gilt, um sozial und gesellschaftlich als gleichwertiges Mitglied wahrgenommen zu werden (vgl. Habermas 1968, Goffmann 1959, o.S.). Lothar Krappmann geht davon aus, dass die Bildung von Identität als Schaffung von Gleichgewicht zwischen widersprüchlichen Rollenerwartungen, Anforderungen anderer Individuen und den eigenen Bedürfnissen verstanden werden kann. Dabei stehen eine eigene Darstellung des Selbst und das Streben nach Anerkennung durch andere Individuen im Vordergrund (vgl. Krappmann 1973: 9). Im Folgenden soll auf verschiedene Arten von Identität eingegangen werden. Dabei werden zunächst die soziale Identität (2.1), gefolgt von der individuellen und kollektiven Identität (2.2), sowie der Medienidentität (2.3) dargestellt. Anschließend wird eine Spieleridentität (2.4) von der Alltagsidentität abgegrenzt.

## 2.1 Soziale Identität

Soziale Identitätskonzepte gehen davon aus, dass Identität nicht gradlinig oder starr, sondern verformbar und veränderbar ist (vgl. Kneidinger 2013: 37).

Richard Jenkins definiert soziale Identität als Unterscheidung von Individuen in Abgrenzung zu anderen Individuen und Kollektiven (vgl. Kneidinger 2013: 37). Manfred Bornewasser sieht soziale Identität als geteilte Wissensbestände, welche eine Orientierung in der modernen Welt geben und dem Individuum helfen, sich im sozialen System zurecht zu finden. Die Wissensbestände sind Bereiche, auf die Individuen mithilfe von Institutionen zugreifen können. Zudem werden von jedem Akteur der Gesellschaft bestimmte soziale Rollen eingenommen, Ansprüche gestellt und auch spezifische Beiträge geleistet (vgl. Bornewasser 2000: 67 f.). Anthony Giddens bezieht soziale Identität auf die moderne Gesellschaft. In dieser müsse sich jedes Individuum selbst reflektieren und permanent Entscheidungen treffen, wie es sich in anstehenden Situationen verhalten würde (vgl. Giddens 1991: o.S.). Soziale Identität definiert sich immer als Abgrenzung zu anderen Gruppen oder Individuen. Wesentlicher Bestandteil ist der Zustand der Zugehörigkeit, welcher über Gleichheit und Unterschied bestimmt wird (vgl. Bornemann/Wakenhut 1999: 47). Auch beeinflusst die eigene Identität die Wahrnehmung und Einschätzung von anderen Personen, so dass sich Individuen im entstehenden Prozess der Zugehörigkeit gegenseitig beeinflussen.

„Social identity is our understanding of who we are and who other people are, and reciprocally, other people's understanding of themselves and of others (which include us)” (Jenkins 1996: 5).

Max Haller drückt in sechs Merkmalen aus, wie sich soziale Identität bestimmt:

- Identität bildet sich aus der Gesamtheit des Lebens eines Menschen. Es ist die Ordnung im Leben eines Individuums, welche die Handlungen und Einstellungen des Menschen bestimmt. Es ist das Bild eines Menschen, welches er von der Gesellschaft hat und in welchen Beziehungen er zu seinen Mitmenschen steht.
- Menschen erleben sich durch ihre persönliche Identität. Zum einen wie sie sich sehen, zum anderen wie sie von anderen gesehen werden. Soziale Identität wird in

diesem Sinne als Selbstbildnis mit der Verknüpfung gesehen, wie andere Individuen einen wahrnehmen und in welchen sozialen Rollen man verortet wird.

- Neben kognitiven Elementen machen auch Bewertungen und Emotionen Identität aus. So ist die körperliche Empfindung bei Menschen verschieden und Gefühle, Emotionen und Reaktionen sind unterschiedlich intensiv ausgeprägt.
- Identität ist nichts Starres, sondern von der jeweiligen Situation abhängig. Je nach Situation kann die Identität also stärker oder schwächer zum Vorschein kommen.
- Es besteht die Möglichkeit, mehrere Identitäten in sich zu vereinen. Dies ist abhängig vom Kontext und von den unterschiedlichen Rollen, die eingenommen werden können oder sollen.
- Eine Identität weisen nicht nur einzelne Individuen auf, sondern auch Staaten, Länder, Organisationen, Vereine oder soziale Gruppen. Identität entsteht auch hier in Interaktion mit Anderen (vgl. Haller 1996: 40 f.).

Die Grundthese von Haller ist, dass Menschen ein möglichst positives Selbstbild von sich erstellen und sich damit versuchen zu identifizieren (vgl. ebd.: 41).

Die eigene Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gruppe und damit die Abgrenzung zu anderen Gruppen der Gesellschaft ist ein essentieller Bestandteil von sozialer Identität. Wird die Gruppenidentifikation als stark empfunden, so wird eine Bedrohung gegen diese Gruppe verstärkt wahrgenommen und als wichtig erachtet. Wenn die soziale Identität angegriffen wird, so wird diese zum Beispiel dadurch verteidigt, dass Mitglieder einen stärkeren Zusammenhalt zueinander suchen und eine zunehmende Abgrenzung nach außen vollziehen. Umgekehrt entfernt man sich bei einer schwachen Identifikation von der Gruppe und die Bedrohung von außen verschwindet dadurch, dass Mitglieder sich aus der Gruppe lösen (vgl. Cohrs 2005: 5 f., Bornewasser 2000: 72).

## 2.2 Individuelle und kollektive Identität

Um einen erweiterten Einblick in die Theorie der Identität zu erhalten, muss man sich mit den Unterschieden zwischen individueller und kollektiver Identität beschäftigen. Im vorangegangenen Kapitel ist herausgestellt worden, dass Identität sowohl über das Individuum



als auch über die Gruppenzugehörigkeit definiert wird. Laut Jenkins wird davon ausgegangen, dass sich individuelle Identität immer auf die soziale Umwelt bezieht und sich vor diesem Hintergrund entwickelt. Im Umkehrschluss bilden sich kollektive Identitäten aus der Zusammensetzung von individuellen Identitäten (vgl. Jenkins 1996: 19). Zu bedenken ist aber, dass die individuellen Identitäten niemals komplett von der kollektiven Identität überdeckt werden, ebenso wie sich die kollektive Identität nicht nur aus den einzelnen individuellen Identitäten ergibt. Kollektive Identitäten setzen sich durch ihre Mitglieder zusammen, jedoch grenzen sie individuelle Tendenzen zusätzlich durch Bestimmungen, Deklarationen und Programme ab. Kollektive Identität hat meist einen größeren Wirkungsbereich, kann sich aber nicht so kreativ, speziell und eigen entfalten, wie die individuelle Identität (vgl. ebd.: 19, Kneidinger 2013: 40). Für Jenkins liegt der maßgebliche Unterschied zwischen den beiden Identitäten darin, „dass die individuelle Identität stärker auf Unterschiede zielt, die kollektive hingegen stärker auf Ähnlichkeiten“ (Kneidinger 2013: 40). Es bestätigt sich somit, dass Identität grundlegend für ein soziales Leben ist und andersherum. Individuelle Identität bedeutet trotz ihrer jeweiligen Einzigartigkeit beim Individuum eine notwendige Verknüpfung mit anderen Individuen. Identität bildet sich nur im Zusammenschluss mit Anderen und wird sozial konstruiert. Die wichtigen Bestandteile bei Jenkins sind die eigene Selbstwahrnehmung, die ein Individuum jederzeit von sich hat, und die interne Selbstkonzeption. Zudem wird die eigene Identität durch externe Definitionen über das eigene Selbst bestimmt und gefestigt. Jenkins nimmt mit seiner Theorie der sozialen Identität stark Bezug auf George Herbert Mead (vgl. ebd.: 41). Mead, der Identität auch mit Hinblick auf das Spiel definiert, beschäftigt sich in seiner Theorie vom Geist und Selbst, die sich dem symbolischen Interaktionismus zuordnen lässt, mit der Bildung einer eigenen Identität. Identität entsteht bei Mead aus der Interaktion, an denen mindestens zwei Personen beteiligt sind. Sozial ist die Interaktion, wenn die beteiligten Personen ihre Handlungen aneinander orientieren. Es muss also ein wechselseitiger Einfluss, nicht nur eine additive Verknüpfung vorhanden sein (vgl. McCall/Simmons 1974: 73). Dieser wechselseitige Einfluss, der vorhanden sein muss, ist am Beispiel eines Schachspiels einfach zu erklären. Eine einzelne Person, welche für sich Schachzüge ausführt oder Figuren auf dem Schachbrett verschiebt, bildet keine Interaktion. Interaktion entsteht, wenn eine zweite Person dazu kommt und auch Figuren auf dem Brett bewegt. Von sozialer Interaktion spricht man allerdings erst, wenn das Bewegen

der Figuren einen Einfluss auf die Aktion des anderen Spielers und umgekehrt auslöst (vgl. ebd.: 73 f.).

„Der Mensch ist für die Gewinnung und Bestimmung seiner Identität auf die Interaktion mit anderen Menschen angewiesen. Die Selbstdeutung des Menschen bleibt ständig bezogen auf seine Kooperation und Kommunikation mit anderen Individuen“ (Raiser 1971: 27).

Im Interaktionsprozess und bei der Findung einer eigenen Identität unterscheidet Mead drei elementare Begriffe: das I, me und self. Das I übernimmt bei Mead die Aufgaben des Denkens, Handelns, Wissens und Planens, aber auch die Kreativität und Spontanität geht von ihm aus (vgl. McCall/Simmons 1974: 78, Joas 2006: 177). Das I bildet die Grundlage zur Identitätsbildung und wird aus dem Individuum selbst herausgebildet. Es beinhaltet auch die biologische Triebausstattung. Hiermit ist vor allem ein Antrieb gemeint, der sich in Kreativität und Phantasie ausdrückt (Joas 2006: 177). Im Gegensatz zum I ist das me das Erlernte von anderen Individuen, „die Einstellungen, die das »I« seiner eigenen Person gegenüber übernimmt“ (McCall/Simmons 1974: 79). Es ist der Blick auf die verschiedenen Personen, mit denen sich das Individuum befasst und auseinandersetzt. Das me ist eine Art Bewertungsinstanz, welche abgleicht, wie andere Personen über das Individuum denken und welche Einstellungen über das Individuum vorherrschen. Sind es mehrere Personen, mit denen sich das Individuum befasst, so entstehen mehrere me und werden gegenseitig abgeglichen. Es wird ein passendes Selbstbild generiert (vgl. Joas 2006: 177). Situationen und Handlungen werden an Anderen ausgemacht und strukturiert. Der Zusammenschluss aus I und me in Bezug aufeinander, versteht Mead als self. Man kann sich die Konstruktion des self so vorstellen, dass das I im kommunikativen Austausch mit dem me steht. Dies können natürlich auch wieder mehrere me sein (vgl. McCall/ Simmons 1974: 79). Handlungen werden bewertet und im Interaktionsprozess mit weiteren Personen reflektiert und angemessen interpretiert.

„Das »me« ist lediglich der organisierte kognitive Bezugsrahmen, anhand dessen der Geist die laufenden Gedanken und Handlung seiner eigenen Person, des »I«, einschätzt, auswertet und prüft.“ (ebd.: 80).

Das Zusammenspiel von I und me, welches sich dann als self konstruiert, ist nach Mead die Basis für Interaktion und die sich daraus zusammensetzende Identität. Wenn sich ein self gebildet hat, ist dieses nicht steif und unveränderbar. Es ist prozesshaft und greift bei der

nächsten Situation erneut auf vorherige gebildete self zurück.

So verändert und entwickelt sich das self weiter und Handlungsmuster, die in einer früheren, ähnlichen Situation noch aktuell waren, verschieben sich und werden durch Erfahrungen bzw. neu konstruierte self anders ausgelebt. Identität ist also eine Wechselwirkung im Interaktionsprozess mit anderen Individuen, welche immer wieder neu angepasst werden muss und nicht starr und fest vorhanden ist. Darauf aufbauend behandelt Mead die Entstehung und Ausprägung der eigenen Identität durch seine Spieltheorie von game und play (vgl. Mead 1956: 119).

Rückblickend ist für die Autoren der Unterschied zwischen kollektiver und individueller Identität das Selbstbildnis, welches man für andere Personen darstellt. Für Mitglieder einer Gruppe bedeutet dies im Speziellen, dass Kriterien darüber aufgestellt werden, welche Personen zu einer Gruppe gehören. Im Umkehrschluss wird gleichzeitig durch die aufgestellten Kriterien bestimmt, wodurch entschieden wird, wer nicht zur Gruppe gehört (vgl. Kneidinger 2013: 41).

„Similarity and difference are always functions of a point of view: our similarity is their difference and vice versa. Similarity and difference reflect each other across a shared boundary. At the boundary we discover what we are in what we are not.“ (Jenkins 1996: 81)

Die Prozesse und Mechanismen, welche die Gesellschaft verändern oder die Prozesse und Mechanismen, welche durch die Gesellschaft verändert werden, sind wichtig für die Entwicklung von Identitäten. Vor allem in der westlichen Gesellschaft ist seit Jahren eine extreme Wandlung in wesentlichen Teilen der Gesellschaft, wie Berufs- und Arbeitsmarkt, Bildungssystem, Familienstruktur, Geschlechterstellung, Mobilitätsangebot und weiteren Bereichen festzustellen. Zudem geht der Trend zu einer starken Enttraditionalisierung. Es werden neue Muster von Gesellschaft mit dem kommenden Fortschritt aufgezeigt (vgl. Bonfadelli 2008: 26). Für die Identität ergeben sich neue Möglichkeiten der Entfaltung. Merkmale zur Identifikation, wie früher die Religion, Klasse oder Stämme, werden jetzt ersetzt durch Staaten, Lebensstile oder gar Spiele, mit denen sich Personen identifizieren (vgl. Reiterer 2004: 78).

Da Individuen heutzutage immer stärker über Medien wie Fernsehen, Radio, Presse und Internet kommunizieren, ist es wichtig, diesen Prozess gesondert zu betrachten. In der Vergangenheit schrieben Personen Bücher oder Artikel, heute posten sie Bilder auf Twitter und Facebook, nehmen eigene Videos auf und stellen sie dann für eine breite Masse, beispielsweise auf YouTube, online. Da sich diese Arbeit mit der Konstruktion von Identitäten in Spielen beschäftigt, ist es sinnvoll, im Folgenden näher auf Medienidentitäten einzugehen.

### 2.3 Medienidentität

Medien spielen eine wichtige Rolle in unserer Gesellschaft und schaffen neue Identitätsräume. Neben den individuellen Identitätskonzepten steuern Medien unser Denken und Handeln und verknüpfen uns zu kollektiven Konstrukten realer und sozialer Wirklichkeit. Die Unterscheidung von Realität und Virtualität wird an dieser Stelle nur kurz beleuchtet. In der Unterscheidung wird sich damit begnügt, dass Realität als die Welt verstanden wird, in der Individuen sie selbst sind und ihrem alltäglichen Leben nachgehen. Virtualität ist eine Erfahrung, die nicht mit dem eigenen Körper erlebt und nur über ein Hilfsmittel erreicht werden kann. Der Körper bildet durch einige Teile, wie Augen oder Gehirn, Hilfsmittel, erlebt sich aber im gesamten nicht selber im virtuellen Raum. Es ist kaum vorstellbar, dass

„Medien und Identität in der heutigen Zeit [...] voneinander zu trennen sind. Deswegen sind gegenwärtige Identitäten – ob den Betreffenden bewusst oder unbewusst – Medienidentitäten. Viele der Muster, Strukturen, Diskurse und Themen, die unsere Identität formen und prägen, haben wir letztlich nur über die Medien internalisiert“ (Hepp 2003: 18).

Identitäten werden nicht direkt durch Bilder produziert, sondern Inhalte von Medien werden als Anstoß zur Weiterentwicklung von Identitäten einbezogen. Unter Einbeziehung persönlicher Erfahrung und dem Einfluss bestimmter Medien werden Identitäten weiterentwickelt und verfeinert (vgl. Hipfl 2004: 16 f., Klaus/Drüeke 2010: 125). Die Medien dienen als ein Erfahrungs- und Orientierungsraum für die Konstruktion einer eigenen Identität (vgl. Bonfaddelli 2008: 27).

Medien haben zusammenfassend drei essentielle Wirkungspunkte auf die Identitäten von Individuen und Kollektiven.

- Erstens schaffen sie Inhalte, an denen sich Benutzer orientieren können.
- Zweitens bieten sie Vorbilder, welche nachgeahmt werden und hilfreich bei der eigenen Konstruktion von Identität sein können.
- Drittens werden Medien immer mehr zur Präsentation des eigenen Selbst benutzt und die Identität wird ständig durch Reaktionen, Kommentare und Feedback anderer Personen, verändert und angeglichen (vgl. Krotz 2003: 41).

Die Entstehung von Identität in Bezug auf Medien kann man sich bildlich als ein Dreieck vorstellen. Ein Eckpunkt sind die individuelle Einstellung, Erfahrung und Vorstellung. Ein weiterer Eckpunkt sind die Gemeinschaften, zu welchen sich das Individuum zugehörig fühlt. Den letzten Eckpunkt stellen die medialen Einflüsse und die eigene Präsentation dar. Der dritte Punkt zeigt, wie die Person medial beeinflusst wird und wie sie sich selbst präsentiert (vgl. Hepp 2003a: 95 f.). Es ist wichtig zu verstehen, dass nicht nur die Medieninhalte für die Identitätsbildung eine Rolle spielen, sondern vor allem die Art und Weise, wie sich Medien und Kommunikation miteinander entwickeln.

„Die Medien nehmen [...] nicht so sehr durch ihre Inhalte Einfluss, sondern eher dadurch, dass sie die Art der Kommunikation und die darin habituell angelegten Sichtweisen der Welt verändern“ (Krotz 2003: 42).

Es muss in der heutigen westlichen Gesellschaft davon ausgegangen werden, dass Identitäten immer eng mit Medien verknüpft sind.

## 2.4 Identität in Spielen

Beim Spielen im Internet übernehmen Individuen für eine gewisse Zeit eine andere Identität als im Alltag. Es gibt die Möglichkeit, sich innerhalb von Chats, Foren oder Spielen Qualitäten zuschreiben zu lassen, die in der Realität nicht vorhanden sind. Der Spieler kann seine eigene Identität im virtuellen Raum anpassen. Es können auch mehrere Identitäten angelegt werden (vgl. Müller 2010: 44 f.). Vor allem in digitalen Spielen, in denen die Spieler einen eigenen Avatar erschaffen, nimmt die Identität eine virtuell sichtbare Gestalt an. Die Identität greift in einen virtuellen Raum ein, in der sie sich mit fast unbegrenzten Möglichkeiten erschaffen kann und die Körperlichkeit der realen Welt immer irrelevanter wird.

„Wenn ich mich im virtuellen Raum bis in den Bereich der – scheinbar elementaren – Züge meiner Identität verwandeln kann, dünnen sich die lebensweltlichen vertrauten Begriffe von Körper und Leiblichkeit mehr oder weniger aus.“ (ebd.: 45)

Die Frage, die man sich stellen kann, ist nun, ob die Bildung einer virtuellen Identität anders als die Identität in der Wirklichkeit verläuft? Individuen erschaffen virtuelle Avatare und agieren mit diesen in der virtuellen Welt. Dort betreiben sie soziale Interaktionen mit anderen Spielern. Macht die Beziehung der Spieler untereinander, die Virtualität und die eigens erschaffene Identität realer? Es kann zumindest davon ausgegangen werden, dass zu viel Zeit im virtuellem Spielraum die Identität außerhalb dieses Raums beeinflusst und verändert (vgl. ebd. 45). Mit dem kommunikativen Austausch der Spieler untereinander erhalten Spieler einen Anreiz auf die Bildung einer eigenen virtuellen Identität. Wie in den Kapiteln zuvor beschrieben, bildet sich Identität im Austausch mit anderen weiter aus. Eine Gemeinschaft, in diesem Fall andere Spieler, sind also ein wichtiger Teil für die Bildung von Identität im Spiel (vgl. Schachtner 2008: 108). Die Kommunikation und das Kommunizieren mit anderen machen uns aus. Es erlaubt uns die Reflektion über das, was und wer wir sind (vgl. Arendt 1960: 166). Die amerikanische Soziologin Sherry Turkle untersucht, wie sich bei amerikanischen Studenten, die längere Zeit in Online-Rollenspielen verbrachten, Identität aufbaute und veränderte. Einige wurden derart von der virtuellen Welt fasziniert, dass der virtuelle Avatar als Teil der realen Identität angesehen wurde (vgl. Turkle 1995: 260). Virtuelle Identität kann als Ausbruch aus der realen Welt gesehen werden. Hierbei werden Traditionen, Regeln, Normen und Werte der alltäglichen Welt abgelegt und durch eigene, scheinbar einfachere ersetzt. Im Spiel gibt es Interaktion zwischen den Spielern und somit auch bestimmte Gesetze und Regeln. Was allerdings der Unterschied zwischen der Bildung der Identität in alltäglicher Umgebung und der im Spiel ist, ist bislang unerforscht (Jones 1998: o.S.).

Von den Forschern wird das Spielen als eine Zone abseits des Alltags betrachtet. Es ist nicht real greifbar, aber die Grenzen der Handlungen sind meist klarer als im alltäglichen Leben geordnet. In der Wirklichkeit verschwimmen oft fest gesetzte Regeln. Es ist nicht immer klar, was richtig oder falsch ist. Zum Beispiel kann sich eine Person entscheiden, ob sie lieber ins Kino geht oder in die Kneipe. Im Spiel wird dem virtuellen Avatar meist vorgeschrieben, was er zu tun hat und er wird dafür belohnt. Macht er nicht das Vorgeschlagene,

so bekommt er keine Belohnung und wird in manchen Fällen sogar noch bestraft. Gerade deswegen sind Spiele oft eine vereinfachtere Abbildung der Realität. In Spielen wird klar definiert, was gut und schlecht ist, wie sich Rache und Ehre manifestieren oder wie Freund- und Feindschaften aussehen (vgl. Schwietring 2013: 39 f.). je mehr der Versuch unternommen wird, Spiele vom Alltäglichen zu trennen, desto deutlicher wird den Individuen, was in ihrem alltäglichen Leben fehlt. So sucht der Mensch nach etwas Wahrem, was er in der alltäglichen Welt nicht ist oder nicht finden kann.

Das Spielen geschieht aus verschiedenen Motiven und die Konstruktion von Identität beim Spielen ist keine bewusste Handlung, sie wird vielmehr als Begleiterscheinung des Spielprozesses gesehen (vgl. Katzfänger 2013: 91).

Die Forschung über Identitäten beim digitalen Spielen ist im Vergleich zu Identitäten in der Alltagswelt mit zwei Besonderheiten konfrontiert. Erstens existiert in der realen Welt die Begrenztheit des Körpers, welche sich beim digitalen Spielen durch den fiktiv erstellten virtuellen Avatar aufzuheben scheint. Zweitens, ist die soziale Interaktion beim digitalen Spielen von besonderer Natur, einerseits kommt sie ohne die Face-to-face-Kommunikation des Alltags aus, andererseits ist sie doch mehr als eine rein schriftliche Interaktion (bspw. eine Chatunterhaltung), da sie von den virtuellen Körpern und Gesten der Avatare begleitet wird. In den Spielen sieht man die Avatare der anderen Spieler, die auch Gesten ausführen können (vgl. ebd.: 92). Die Abgrenzung zur Alltagswelt bezieht sich also in erster Linie auf die Körperlichkeit der spielenden Personen. Nach Schütz könnte man vermuten, dass das Spielen eine weitere Sinnprovinz der Alltagswelt bildet. Es kommt in unserer heutigen Welt immer mehr zu einer Verschmelzung von Alltag und Spiel. Die Abgrenzung zur realen Welt wird brüchig (vgl. ebd.: 97).

#### **2.4.1 Idealtypen und Kategorien von Spielern**

In der Literatur existieren bereits verschiedene Typisierungen von Spielern, die Aufschluss geben können über verschiedene Motivationen des Spielens, welche wiederum für Spieleidentitäten von größter Bedeutung sind. Eine Typisierung von Computerspielern wurde 1996 von Richard Bartle vorgenommen. Dieser unterschied vier Spielertypen: Archievers, Killers,



Socializer und Explorer<sup>2</sup> (vgl. Bartle 1996: 1 f.). Helmut Grüninger arbeitete diese Typenbildung weiter aus. Er führte eine Studie zu Spielgewohnheiten bei über 50-jährigen durch und stellte dabei ebenfalls vier Spielertypen auf:

- Casual Player: Für die Casual Player ist das Spielen von Computerspielen Gelegenheitssache. Sie spielen bei Lust und Laune und streben nicht nach absolut perfekter Leistung im Spiel. Spielen ist für sie eine Freizeitbeschäftigung von vielen und wird als Zeitvertreib angesehen.
- Issue Manager: Die Issue Manager sind die Problemlöser unter den Computerspielern. Sie versuchen schwierige Aufgaben im Spiel zu lösen und weisen eine starke Ich-Bezogenheit auf. Die Hauptmerkmale für sie sind der Wettkampf mit anderen Mitspielern und die eigene Selbstständigkeit. Auch insistieren sie darauf, ihre eigenen Spielzeiten zu bestimmen und sind nicht die kooperationsbereitesten Spieler. Leistung, Verbesserung und Wettkampf haben für sie oberste Priorität.
- Socializer: Die Socializer sind die Gruppenspieler. Sie spielen das Spiel mit dem Hintergedanken der Interaktion und dem Austausch mit anderen Spielern. Auch im alltäglichen Leben, außerhalb des Spiels, sind diese Spieler meist gut vernetzt und stehen in einem regen Austausch mit ihren Mitmenschen.
- Leader: Die Leader stehen einer Spielergemeinschaft vor und organisieren diese. Sie sind die Anführer und verteilen die Aufgaben, die erledigt werden müssen unter den einzelnen Spielern. Bei der Vernetzung der Socializer wirken sie in wichtigen Entscheidungs- und Planungsprozessen mit. (vgl. Grüninger 2008 zit. n. Gärtner 2010: 11 f.)

Für diese vier Idealtypen können nach Lehmann et al. typische Nutzungsmotive zum Spielen abgegeben werden.

Die Casual Player spielen aus Langeweile oder zur Stimmungsregulierung, die Issue Manager aus Leistungsmotivation, die Socializer aus Teamorientierung und die Leader wegen

---

<sup>2</sup> Achiever möchten im Spiel möglichst viel erreichen, Explorer wollen die Spielwelt maximal erkunden, Socialiser geht es hauptsächlich um die Interaktion mit anderen Spielern und Killer wollen die Herausforderung und den Wettkampf mit anderen Spielern.



der von Macht und Kontrolle (vgl. Lehmann et al. 2008, Gärtner 2010). Diese Nutzungsmotive sind kategorischer Natur und treten nicht unbedingt in Reinform auf.

#### **2.4.2 Kategorien zur Bestimmung von Identität**

Die Ausführungen über die Identität zeigen auf, dass Identität kein eindimensionales Konstrukt ist. Es können immer nur gewisse Ausschnitte einer individuellen oder kollektiven Identität beleuchtet werden (vgl. Kneidinger 2013: 42).

Zusammenfassend lassen sich aus den verschiedenen Identitätskonzepten folgende Aussagen herausziehen:

Identität entsteht in sozialer Interaktion – immer in Auseinandersetzung mit der Umwelt – und auf der Basis biographischer Erlebnisse. In der Identität fließen eine individuelle (vgl. I, Aktion) und eine soziale Komponente (vgl. Me, Reaktion, soziale Rollen) zusammen. Des Weiteren lässt sich Identität entlang der Dichotomie von Zugehörigkeit vs. Abgrenzung zu anderen bzw. Gruppen beobachten. Identität beeinflusst die Wahrnehmung und Bewertung, Einstellungen, Emotionen und das Handeln, sowie Reflektion und Interpretation von eigenem und fremdem Handeln und ist kein statisches Konstrukt, sondern wandelt sich fortwährend. Heutzutage werden Identitäten stark durch Medien geprägt, indem über Medien vermitteltes Wissen in die Erfahrung einfließt und so den Erfahrungs- und Orientierungsraum erweitert. Auch Kollektiven können Identitäten zugeschrieben werden, sofern sich Gemeinsamkeiten der Interaktionen bzw. Erfahrungen finden lassen. Im Bereich der Online-Spieler-Community lässt sich eine Besonderheit hinsichtlich des Verkörperungsaspekts ausmachen, denn virtuelle Interaktionen sind gleichzeitig vom Körper entkoppelt und doch virtuell verkörpert durch Avatare.

Im Folgenden wird versucht anhand von eigenen als relevant definierten Identitätskategorien einen Fragenkatalog zu entwickeln, mit dem in einer empirischen Studie, der Frage, der Identität in Computerspielen nachgegangen werden soll.

Die Kategorien sollen darstellen, wie Identität in Online-Spielen konstruiert wird und welche Faktoren dabei eine wichtige Rolle spielen. Zudem soll der Frage nachgegangen werden, ob eine allgemeine, spielübergreifende Identität in Online-Spielen bei der Betrachtung von

verschiedenen Spielegenres möglich ist.

Die Bildung der Kategorien soll die Basis für ein Identitätskonzept sein, welches Online-Identität anhand verschiedener Dimensionen charakterisiert. Unter Berücksichtigung der verschiedenen Autoren und deren Hauptaussagen wurden sinnvolle Kategorien gebildet, die eine Online-Identität auf verschiedenen Dimensionen charakterisieren. Die erste Kategorie umfasst ganz allgemein das Handeln. Dabei ist in erster Linie das Handeln des Spielers mit seiner Spielfigur im virtuellen Raum von Bedeutung. Eng mit dem Handeln verknüpft ist die Kategorie Motivationen und Ziele, welche nach den Gründen für bestimmte Handlungen im Spiel fragt. Des Weiteren sind für die Identitätsbildung – wie die Ausführungen zur sozialen Identität gezeigt haben – die Kategorien Gruppenzugehörigkeit und Individualität von Bedeutung und wie diese sich im Spiel entfalten. Vor allem bei Jenkins sind diese als Gegensätze definiert, die dennoch ineinandergreifen und wechselseitige Bezüge aufweisen. Für die Individualität lassen sich beim digitalen Spielen zwei Unterkategorien aufstellen: die Identifikation mit der Spielfigur und die Kategorie Körper vs. Virtualität. Die Kategorie Individualität mit den beiden Unterkategorien trägt dem Umstand Rechnung, dass sowohl die Spielfigur, als auch der Körper, beim Spielen sehr differenziert von den Spielern wahrgenommen werden kann. Während für die ersten Kategorien (Handeln, Motivation und Ziele, Gruppenzugehörigkeit und Individualität) für die Bildung einer Online-Identität konkrete Aktionen im Spiel interessant sind, beziehen sich die beiden Unterkategorien zur Individualität (Identifikation mit der Spielfigur und Körper vs. Virtualität) direkt auf den Spieler und nicht nur auf den Ablauf im Spiel.

Im Interview sollten die Spieler die Vorgänge im Spiel reflektieren. Auf äußerliche Faktoren wie Zeit oder örtlicher Begebenheit, in der die Spieler spielen, wird nicht eingegangen, da der Fokus auf der Handlung im virtuellen Raum liegen soll. Den Kategorien wurde je eine Leitfrage zugeordnet:

- Handlung - Was tun Spieler im Spiel?
- Motivation/ Ziel - Warum spielen Individuen und welche Ziele verfolgen sie im Spiel?
- Gruppenzugehörigkeit - Was macht Gemeinschaft im Spiel aus?
- Individualität - Wie wird etwas Eigenes erschaffen und wie grenzen sich Spieler von anderen ab?

- Identifikation Spielfigur - Welche Rolle spielt der Avatar für den Spieler?
- Körper und Virtualität - Wie nimmt der Spieler sich selbst wahr?

Im weiteren Verlauf der Arbeit wird versucht aus den Befragungen von Spielern und deren persönlicher Erfahrungen, Sichtweisen und Einstellungen, eine übergreifende kollektive Identität bei Spielern von bestimmten Gruppen von Online-Spielen, aufzustellen. Es ist wichtig zu betonen, dass kollektive Identitäten die individuellen Identitäten jederzeit beeinflussen können und umgekehrt. Es soll mithilfe der Gemeinsamkeiten auf den Kategorien versucht werden, eine möglichst einheitliche Spieleridentität zu finden. Diese einheitliche Onlineidentität von Spielern soll nicht im Gegensatz zu den vorgestellten Spieleridealtypen stehen, sondern ein zusätzliches, auf Identität fokussierendes Konzept liefern. Im Folgenden wird ein kurzer Überblick über die für diese Untersuchung relevanten Spiele gegeben.

### 3 Online-Spiele

„Let the Games begin!“ (Lord Victor Nefarius/Nefarian, World of Warcraft: 2004)

Mittlerweile verfügt zwar fast jedes virtuelle Spiel über Online-Komponenten<sup>3</sup> Der Fokus dieser Arbeit richtet sich jedoch auf PC-Spiele, welche zum größten Teil noch am heimischen Standrechner gespielt werden. Zu den Spiel-Genres gehören: „Beat´em-UP, Jump´n Run, Shooter, Rollenspiele, Adventures, Simulation und Strategie“ (Neitzel 2000: 206). Im Zentrum dieser Arbeit stehen drei dieser Typen von Spielen:

1. Rollenspiele: Massively Multiplayer Online Role-Play Games (MMORPGs)
2. Strategiespiele: Massively Online Battle Arenas (MOBAs)
3. Ego-Shooter

Diese Spiele-Genres werden auch von Albertini, et al. als die wesentlichen PC Spiele genannt, da sie die drei größten Spielegruppen sind, die gespielt werden: „die wesentlichen Spielegenres (PC): Shooter 27%, Strategie 35% und Rollenspiele 20% nach der JIM Studie 2009“ (vgl. Albertini et al. 2010: 10).

---

<sup>3</sup> Handyspiele und Browsergames werden hier nicht berücksichtigt, da die Interaktion mit anderen Spielern noch nicht so stark ausgeprägt ist, wie bei PC-Spielen.

### 3.1 Online-Rollenspiele

„You are not prepared!“ (Illidan Stormrage, World of Warcraft 2004)

Massively Multiplayer Online Role-Play Games (MMORPGs) sind Computerspiele, die ausschließlich über das Internet gespielt werden können. Die meisten dieser MMORPGs besitzen Hintergrundgeschichten, die bei Fantasy-Rollenspielen oft auf der Herr der Ringe von J.R.R. Tolkien zurückgehen (vgl. Schmitz 2007: 9). Es wurden zudem beträchtliche Online-Rollenspiele mit Science-Fiction als Thema produziert, diese reichten aber oft nicht an die Erfolge der Fantasy-Rollenspiele heran. Bei Online-Rollenspielen wird das Spiel meistens über einen Spiele-Client des Anbieters gestartet und der Spieler sucht sich einen Server aus.

In diesen virtuell erschaffenen Welten kann der Spieler sich seinen Avatar erstellen und spielt mit bis zu tausend anderen Spielern auf einem Server, welche über das Internet verbunden sind (vgl. Grünbichler 2009: 19).

Die Quests, die Spieler im Spiel bewältigen müssen, lassen sich mit denen von normalen Computer-Rollenspielen vergleichen, nur dass der Schwerpunkt in diesen MMORPGs auf der Kommunikation und Interaktion mit anderen Spielern liegt. Die Spieleentwickler wollen, dass die Spieler bestimmte Ziele im Spiel erreichen können und führen sie schrittweise an diese heran. Zuerst wird eine gewisse Zeit vom Spieler darauf verwendet, seinen Avatar im Level aufsteigen zu lassen (hoch zu leveln), um die maximale Stufe zu erreichen. Wurde der Maximallevel erreicht, werden neue Ziele vorgegeben.

Viele MMORPGs sind so konzipiert, dass Quests oder spätere Raids nur im Zusammenspiel mit weiteren Spielern bewältigt werden können (vgl. Schmitz 2007: 9). Die Spieler schließen sich nicht selten zu Gilden zusammen, in denen sie gemeinsam Raids bestreiten können. Oft entstehen durch Gilden Freundschaften, die manchmal auch über das Spiel hinaus Bestand haben.

Die meisten großen Online-Rollenspiele werden ständig über zusätzliche Updates erweitert, die herunterladbar sind. Eine weitere Alternative bilden Add-ons, welche separat gekauft

werden können. Die Kosten für Wartungsarbeiten an den Servern und der Aufwand der Entwickler sowie die Betreuung der Kunden im Spiel, werden meist an den Kunden weitergegeben. Dieser bezahlt monatlich für ein Online-Rollenspiel zehn bis 15 Euro, abhängig vom jeweiligen Spiel. Es kommt aber immer öfter vor, dass Online-Rollenspiele free to play sind. Hierbei erwirtschaften die Anbieter ihre Gewinne, indem die Spieler sich verschiedene Items, Skins, Reittiere oder andere Funktionalitäten im Spiel für reales Geld kaufen können.

### 3.2 Strategiespiele (MOBAs)

„We can either do this the hard way, or ... Oh wait, no. There's just the hard way“ (Vi, the Piltover Enforcer, League of Legends: 2009)

Mit dem Namen Strategiespiel verbinden die Meisten immer noch die klassischen Spiele, in denen der Spieler eine Basis aufbauen muss und nach einiger Zeit versucht den Gegner zu vernichten. Klassische Strategiespiele sind zum Beispiel Warcraft III, Age of Empires I-III oder die Command&Conquer Reihe. Diesen klassischen Strategiespielen liegt meist ein kriegerisches Szenario zugrunde. Es geht darum, seine eigene Basis schnell aufzubauen und den Gegner dann mit seinen Truppen zu zerstören.

Aber auch die Massively Online Battle Arenas (MOBAs) welche auch unter dem Namen Action-Echtzeit-Strategiespiele (ARTS) bekannt sind, sind eine Unterart der Echtzeit-Strategiespiele. Entstanden sind die MOBAs aus der Modifikation (Mod) Defence of the Ancients (DotA) in Warcraft III. Die Mod erschien 2003 und basiert auf der Starcraft Karte „Aeon of Strife“ (vgl. Thöing 2010: o.S.). Hierbei wurde das Strategiespiel so verändert, dass einzelne Helden aus dem Spiel für die Spieler wählbar wurden und nur ein Held gesteuert werden konnte. Die Spieler kämpfen hier in zwei unterschiedlichen Teams mit jeweils fünf Spielern auf jeder Seite. Auf einer symmetrischen Karte versuchen die verschiedenen Teams den gegnerischen namengebenden Ancient, das Hauptgebäude, zu zerstören (vgl. Neukirchner 2013: o.S.). Aus DotA entwickelten sich viele verschiedene MOBAs, welche dem eigentlichen Grundspiel im Wesentlichen aber gleichgeblieben sind und sich nur durch einige kleine Veränderungen unterscheiden. Einige der bekanntesten und erfolgreichsten MOBAs sind Heroes of the Storm, DotA2, Demigod, Heroes of Newerth und League of Legends (LoL) (vgl. Thöing 2010: o.S.). LoL ist das größte und erfolgreichste Spiel im MOBA-Genre.

### 3.3 Ego-Shooter

„Fire in the hole“ (Counter Strike: 1999)

Ego-Shooter, oder auch First-Person-Shooter (FPS) genannt, sind Computerspiele, die der Spieler in der Ego-Perspektive erlebt. Das heißt, die Spielwelt und die Umgebung wird so wahrgenommen, als ob man durch die Augen des eigenen Avatars blickt (vgl. Lehmann et. al. 2009: 242). Der Spieler kann sich in den meisten Spielen auch entscheiden, ob der Avatar aus der Ego-Perspektive oder aus der Third-Person-Ansicht gesteuert werden soll. Bei der Third-Person-Perspektive, oder auch Verfolgerperspektive genannt, schaut der Spieler dem Avatar von hinten über die Schulter und kann somit auch das Aussehen des Avatars betrachten (vgl. ebd.). Ego-Shooter haben in der Regel einen Singleplayer und einen Multiplayermodus. Im Singleplayermodus spielt man eine Geschichte oder Kampagne durch und muss in unterschiedlichen Missionen verschiedene Aufgaben bewältigen, um die Kampagne abzuschließen. Den meist größeren Teil von Ego-Shootern macht der Multiplayer-Modus aus. Hierbei versuchen die Spieler in Teams gegeneinander anzutreten. Die Teams messen sich miteinander und versuchen bestimmte Aufgaben zu bewältigen (vgl. Schuhmann 2013: 28 f.). So muss zum Beispiel eine Teamfahne aus dem gegnerischen Lager entwendet werden und in das eigene Lager zurückgebracht werden, ohne dass die eigene Fahne entfernt wird. Ein anderes Szenario ist, dass ein Team versuchen muss, eine Bombe zu legen und das andere Team versucht, sie daran zu hindern und die Bombe zu entschärfen. Das Absolvieren der Hauptaufgabe bringt den Spielern die meisten Punkte oder führt zum sofortigen Sieg. Auch durch das Eliminieren von Gegnern können Spieler Punkte erlangen. „Das Schießen auf und Töten von virtuellen Gegnern ist damit eine der zentralen Spielaufgaben in Ego-Shootern“ (Lucas/Sherry 2004: 512). Hierbei muss aber berücksichtigt werden, dass das virtuelle Leben nicht absolut gesehen wird, sondern der erschossene Spieler nach einer kurzen Wartezeit, dem Respawn, zurück ins Spiel kommen kann.<sup>4</sup> Zusammenfassend müssen die Spieler bei Ego-Shootern ein gewisses Geschick bei der Eingabe mitbringen, um Gegner auszuschalten oder strategisch nützliche Positionen zu nutzen, da die Abläufe direkt geschehen, also in Echtzeit gehandelt werden muss (vgl. Neitzel

---

<sup>4</sup> Wenn Avatare sterben und nach kurzer Zeit am gleichen Ort oder einem festen Startpunkt erneut erscheinen, spricht man von Respawn.

2000: 208). Einige der bekanntesten, größten und meist gespielten Ego-Shooter sind: Battlefield, Call of Duty, Bioshock, Crysis oder Counter Strike (CS) (vgl. Hoang 2013: o.S.). Um einen genaueren Einblick in das Genre Ego-Shooter zu bekommen, wird noch genauer auf das Spiel Counter Strike eingegangen. Counter Strike ist zum einen der wohl bekannteste Vertreter des Genres Ego-Shooter und zum anderen haben sich aus diesem Spiel die heutigen Shooter-Spiele entwickelt. Aufgrund von permanenten Verbesserungen und Anpassungen zählt CS weiterhin zu den weltweit meistgespielten Shootern.

#### **4 Empirische Methode**

Anhand von Leitfadeninterviews wurden Online-Spieler von Shootern, MOBAs und Online-Rollenspielen befragt, was für sie Identität in den jeweiligen Spielen ausmacht und was sie für eine Stellung zu den verschiedenen Spielen einnehmen.

Um den Gegenstand Online-Spiele und die damit aufkommende Identität zu untersuchen, wurde eine qualitative Methode ausgewählt. Die qualitative Methode garantiert eine größtmögliche Offenheit zum Forschungsthema und generiert keine voreiligen Vorannahmen. Eine offene Hypothesenbildung und Theorieentwicklung ist somit gegeben (vgl. Lamnek 2010: 80 f.). Durch die Auswahl einer qualitativen Methode werden zudem Bereiche angesprochen, die sich nicht auf einer Skala verorten lassen und über die die Befragten erst eine gewisse Zeit nachdenken müssen. Es erfolgt somit keine einfache Abfrage. Durch das genauere Nachdenken über bestimmte Fragen und die ausführliche Beantwortung wird eine höhere Konsistenz hergestellt (Dresing/Pehl 2013: 7 f.).

Angelehnt an die qualitative Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring wurden Interviews erhoben und interpretiert (vgl. Mayring 1983).

##### **4.1 Durchführung der Interviews**

Die Untersuchung einer einheitlichen Identität in Online-Spielen wurde anhand von sieben Leitfadeninterviews durchgeführt. An der Befragung nahmen eine Spielerin und sechs Spieler im Alter von 22 bis 29 Jahren teil. Die angegebenen Namen sind verändert, sodass die



Anonymität der einzelnen Personen gewährleistet ist.<sup>5</sup>

Im weiteren Verlauf und bei den Beantwortungen der Interviewfragen sind die Spieler nur auf ihr Hauptspiel, welches sie primär und über längere Zeit gespielt haben, eingegangen. Zwei Spieler haben primär das Spiel League of Legends gespielt und stehen somit stellvertretend für die MOBA Spieler. Zwei der Spieler haben Counter Strike gespielt und bilden die Referenz für die Ego-Shooter. Die letzten beiden Spieler und die befragte Spielerin haben lange Zeit World of Warcraft gespielt und bilden die empirische Basis für die Gruppe der Online-Rollenspieler.

Die Spieler wurden nach Erfahrungsschatz und investierter Spielzeit ausgewählt. Hierbei wurde über Facebook und Bekannte gefragt, ob sich Spieler finden, die eines oder mehrere der drei Spiele mehrere Jahre gespielt haben oder immer noch aktiv spielen. In allen Fällen wurden Personen ausgewählt, bei denen der Bezug zum Spiel durch intensives Spielen vorhanden war, obwohl sie aktuell seit einiger Zeit das Spiel nicht mehr gespielt haben. Intensives Spielen wird hier mit mindestens 20 Stunden die Woche definiert, was die Spieler in einer Vorabunterhaltung angaben. Der geringe aber vorhandene Abstand zum Spiel soll eine bessere Reflektion des Spielens ermöglichen. Somit erklärt sich auch das relativ homogene Alter aller Beteiligten, da die Hauptzielgruppe der Spiele ein jüngeres Publikum ist. Der zeitliche Abstand zum Spiel war im Durchschnitt 2-3 Jahre. Damit sollte versucht werden aktuelle Bezüge zu gewährleisten und die entstandene Spanne des Nichtspielens nicht zu groß werden zu lassen.

Die Anzahl der benötigten Interviews wurde zunächst offen gelassen. Die sieben geführten Interviews erwiesen sich als ausreichend, da alle Kategorien gefüllt werden konnten und die Antworten sich auch spieleübergreifend wiederholten. Die Interviews wurden an verschiedenen Orten mit den Probanden durchgeführt (beim Befragten oder Interviewer zu Hause, an der Universität in Seminar- oder Büroräumen, in einem Café). Auch wenn bei einigen Interviews keine komplett geschlossene private Atmosphäre herrschte, waren die Orte ruhig

---

<sup>5</sup> Timon (27 Jahre, technischer Projektleiter im Anlagenvertrieb, ehemaliger WoW-Spieler), Luis (26 Jahre, Ausbildung zum Altenpfleger, ehemaliger WoW-Spieler), Caro (22 Jahre, studiert Humangeographie, ehemalige WoW-Spielerin), Jerome (24 Jahre, studiert Soziologie, LoL-Spieler), Ben (27 Jahre, studiert Wirtschaftswissenschaften, ehemaliger CS-Spieler und spielt LoL), Marco (29 Jahre, studiert auf Lehramt, ehemaliger CS-Spieler), Klaus (27 Jahre, studiert Philosophie und Geschichte, LoL-Spieler).



und die Interviews konnten ohne Störungen von Dritten durchgeführt werden.

Die Interviewsituationen waren entspannt und es wurde versucht, den Befragten durch eine lockere und freundschaftliche Konversation ein angenehmes Gefühl zu vermitteln, damit diese offen und frei erzählen und auf die gestellten Fragen eingehen konnten. Die verschiedenen Interviewdauern beliefen sich auf 30 bis 120 Minuten. Die Interviews wurden per Tonband aufgenommen, was vorher mit den Befragten abgesprochen, zur Kenntnis genommen und erlaubt wurde.

Bei der Durchführung der Interviews wurde auf die Methode des fokussierten Interviews, in Verbindung mit dem Experten-Interview zurückgegriffen. Die wesentlichen Bestandteile, die dabei berücksichtigt wurden, waren: die Nichtbeeinflussung der Befragten, die spezielle Sichtweise auf bestimmte Situationen und die eigene Situationsdefinition, die Erfassung eines relativ großen Rahmens der Bedeutung des Forschungsgegenstandes und die tiefgründige und persönliche Bedeutung des Spielens für die Befragten (vgl. Merton/Kendall 1979: 178). Die Spieler können als Experten betitelt werden, weil sie sehr viel Zeit in ihren Spielen verbracht oder sogar professionell gespielt haben. Professionell gespielt heißt, dass die Spieler unter den besten Spielern Deutschlands oder sogar der Welt gespielt und mit dem Spielen sogar Geld verdient haben. Die Expertenfähigkeit der einzelnen Spieler bezieht sich hierbei nur auf die vorhandenen Mechanismen, welche im Spiel wirken und auf die verbrachte Zeit im Spiel (vgl. Flick 2009: 214 f.). Trotz des Expertenstatus liegt der Hauptfokus der Leitfadeninterviews auf den speziellen und persönlichen Erfahrungen und Eindrücken der Spieler.

## 4.2 Auswertung der Interviews

Zur Auswertung der Interviews wurde in fünf Schritten vorgegangen, um die Aussagen der Spieler mit den gebildeten Identitätskategorien (Siehe Kapitel 2.4.2) in Verbindung zu bringen.

Im ersten Schritt wurden drei der sieben geführten Interviews transkribiert (vgl. Dresing/Pehl 2013: 21). In einem zweiten Schritt wurden die Antworten zu den gestellten Fragen zusammengefasst und die Kernaussagen der Spieler herausgearbeitet. Im dritten Schritt wurden

Tabellen, welche die Fragen des Fragebogens den Kategorien von Identität zuordnen, erstellt. Die Kernaussagen der Spieler wurden erneut gefiltert und den sechs angegebenen Kategorien von Identität – Handlung, Ziele und Motivation, Gruppenzugehörigkeit und Individualität, Identifikation Spielfigur sowie Körper vs. Virtualität – zugeteilt. Hierbei wurden die Kategorien „Identifikation Spielfigur“ sowie „Körper und Virtualität“ als untergeordnete Kategorien der Kategorie Individualität zugeordnet, Ziele und Motivation hängen eng mit der Kategorie Handlung zusammen. Für jeden Spieler wurde mittels der Kategorien eine eigene Tabelle mit den eigenen Antworten angelegt, um eine bestmögliche Übersicht zu erhalten.

Im vierten Schritt wurde mithilfe der einzelnen Tabellen der Spieler eine zusammenfassende Tabelle mit den wichtigsten Kernaussagen zusammengetragen. Hierbei wurden die Antworten zwischen den unterschiedlichen Spielen gefiltert und sortiert. Die Aussagen der Spieler wurden für das jeweilige Spiel zusammengefasst und untereinander-stehend in die Kategorien einsortiert.

Der fünfte Schritt stellt die Analyse der Interviewantworten zu den verschiedenen Kategorien dar. Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Spieleraussagen werden hierbei herausgestellt. Zudem wurde versucht, die Aussagen mithilfe von Theorie zu untermauern. Mit Zitaten aus den Interviews wurde die Bedeutung der Kategorien hervorgehoben.

## 5 Konstruktion einer Online-Spieleidentität

Anhand der zuvor gebildeten Kategorien soll nun untersucht werden, wie sich Online-Identitäten bilden. Dabei wird der Frage nachgegangen, ob es so etwas wie eine einheitliche Spieleridentität gibt oder ob man eher von verschiedenen Online-Identitäten<sup>6</sup> sprechen muss. Dafür werden die zentralen Aussagen der Spieler in den verschiedenen Kategorien getrennt nach Spiel-Genre skizziert und anschließend zusammengefasst. Darauf aufbauend werden die zentralen Übereinstimmungen und Unterschiede diskutiert und zur Bildung einer Online-Spieleidentität herangezogen.

---

<sup>6</sup> Die Diskussion, ob es überhaupt eine Art Online-Identität gibt, erübrigt sich, da sich alle interviewten Personen einig waren, dass Spieler eine eigene Identität besitzen oder erschaffen können

## Handlung

In den drei untersuchten Online-Spielen wird die Kategorie Handlung unterschiedlich beschrieben. Spielen die Spieler in World of Warcraft in einer fast freien Welt und können unterschiedliche Aufgaben erledigen, so ist im Gegensatz dazu die Spielwelt der Spieler von League of Legends und Counter Strike nur in einem begrenzten Areal zu sehen. Eingrenzungen und Strukturierungen geben einen Handlungsablauf vor, an den sich die Spieler halten müssen. Die Gemeinsamkeit hinsichtlich der Handlung zur Bildung einer einheitlichen Identität in allen Spielen besteht darin, dass jeder Spieler in diesen Spielen Gegner besiegen muss. „man muss Aufgaben erfüllen und Gegner besiegen um im Spiel weiter zu kommen. So entwickelt sich der Charakter weiter“ (Spielerin 1, 03.05.2015).

## Motivation und Ziele

Für die Kategorie Ziele und Motivation hat sich der Bewegungsspielraum, den Spieler im Spiel haben, als ausschlaggebend erwiesen. Die Spiele ähneln sich stark in der Hinsicht, dass bestimmte Aufgaben immer in einem begrenzten Gebiet erfüllt werden müssen. Ziel und Motivation zugleich ist die Erfüllung dieser Aufgabe. Für die Motivation ist zudem das gemeinsame Erlebnis und Zusammenspiel von großer Bedeutung.

„Das, was WoW immer ausgezeichnet hat, ist, dass man halt zusammen was machen muss, alleine ist man eigentlich schwach [...], man muss ein Team haben und da kann man dann richtig aufblühen“ (Spieler 2, 26.04.2015).

Hierfür ist ein gegenseitiges Anerkennen und Respektieren äußerst wichtig. Situationen, die Spieler gut meistern, werden als etwas angesehen, das erstrebenswert ist.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist das Abschalten von der alltäglichen Welt. In WoW ist im Gegensatz zu den beiden anderen Spielen die Entdeckung einer neuen Welt einer der Gründe, wieso das Spiel gespielt wird.

„Ja, eine Welt entdecken, die es ja so eigentlich nicht gibt, aber die halt viel spannender ist als die normale Welt. Zumindest als die normale Welt, die mir damals als 13- bis 14- jährige offen gewesen ist.“ (Spielerin 1, 03.05.2015).

Bei LoL und CS ist es die Verbesserung der Figur, das Duellieren mit anderen Spielern und taktische Elemente, die die Motivation für das Spiel ausmachen.

Im Generellen kann gesagt werden, dass die Kategorien Handlung, Individualität und Gruppenzugehörigkeit bestimmte Sachverhalte darstellen, welche in der Kategorie Motivation zusammenfließen. So gibt dem Spieler zum Beispiel die Kategorie der Handlung bestimmte Belohnungen mit dem Abschließen von Aufgaben vor. Die Motivation für den Spieler ergibt sich aus der Belohnung, die er bekommt, wenn er die Aufgabe abschließt. Die Kategorie Motivation und Ziele steht zwischen den Kategorien Handlung und Gruppenzugehörigkeit, da sie beide Kategorien gut ineinander überleitet.

### Gruppenzugehörigkeit

Die Gruppenzugehörigkeit entsteht durch eine Abhängigkeit von anderen Spielern, da man gemeinsam bestimmte Aufgaben im Spiel erledigen muss. Die Kommunikation über Chat oder Voice-Programme dient einem besseren Austausch zwischen den Spielern. Alleine kann ein Spieler keines dieser Online-Spiele vernünftig und sinnvoll über einen längeren Zeitraum spielen. Es entsteht ein Kreislauf zwischen Handlungsbedingungen, Gruppenzugehörigkeit und Motivation. Genauer gesagt ist es so, dass bestimmte Rahmenbedingungen den Spielern gewisse Handlungen vorgeben. Diese Handlungen können nicht ohne weitere Mitspieler durchgeführt werden. Werden diese gut bewältigt, erfahren die Spieler innerhalb der Gruppe oder des Teams gegenseitige Anerkennung und Respekt, welche sie motiviert, weitere Handlungen im Spiel auszuführen. So werden die Spiele durch vermehrtes Spielen zu einem sozialen Treffpunkt. Auch finden sich so Gruppen mit gleichen Interessen, die sich von anderen Spielergruppen abgrenzen.

„Der Teamgedanke ist für mich ganz, ganz besonders. Sehr, sehr stark, es gibt aber auch viele Spieler, bei denen das eher so ist, die einfach mit Ego sagen: Ich bin der Beste, ich will es euch zeigen, ich mache alles, und dadurch das Team in einen Misskredit bringen“ (Spieler 4, 29.04.2015).

Irgendwann stellen sich die eigentlichen Handlungen, denen die Spieler im Spiel nachgehen, in den Hintergrund, da die Gemeinschaft in den Vordergrund tritt und die eigentliche Tätigkeit nicht von essentieller Bedeutung ist. Man kann es sich so vorstellen, als ob gute Freunde zusammenkommen. Ob diese dann in eine Bar gehen und etwas zusammen trinken, ein Konzert besuchen, ins Kino gehen, Zuhause sitzen oder Videospiele spielen, ist nicht immer von Bedeutung. Die eigentliche Tätigkeit tritt hinter dem Zusammenkommen

der Gruppe zurück. Zentral stellen sich bei der Kategorie Gruppenzugehörigkeit zwei Aspekte in den Vordergrund. Bei den Spielern von World of Warcraft war das gegenseitige Vertrauen und die angenehme Atmosphäre das Hauptmerkmal vom gemeinsamen Zusammenspiel. Bei den Spielern von League of Legends und Counter Strike kann man die Beziehung als eine Zweckbeziehung beschreiben, wobei die Spieler verschiedene Rollen zu erfüllen hatten.

„Es gibt jetzt bei dem Spiel nichts was gemeinschaftlich wichtig wäre, also es geht ja nur um das Gewinnen [...] Und man ist ja auch immer nur eine Gemeinschaft für 30 Minuten, danach sieht man sich ja auch nicht wieder“ (Spieler 3, 29.04.2015).

Identität innerhalb einer Gruppe besteht zum einen aus einer Vertrauensbeziehung, zum anderen kann Identität die Gruppenzugehörigkeit auch als Zweckbeziehung gedeutet werden.

### Individualität

Individualität, welche beim digitalen Spielen die beiden Unterkategorien „Identifikation mit der Spielfigur“ und „Körper und Virtualität“ beinhaltet, bildet den Gegenpool zur Gruppenzugehörigkeit. Individualität stellt den Stellenwert der Online-Spiele für die Spieler im realen Leben dar. Zudem wird veranschaulicht, wie die Spieler sich von anderen Spielern abgrenzen, was sie denken und welchen Spielstil sie im Gegensatz zu anderen Spielern verfolgen. Individualität wird bei diesen Spielern durch eine bestimmte Spielart, eine Charakterwahl oder Herangehensweise generiert.

„Bestes Beispiel ist Braum, das ist ein relativ neuer Champion, der ist total nett, ist ein Russe mit unendlich Muskeln, hat eine Tür, die unzerstörbar ist, welche er als Schild führt, ist ein Support und der macht die ganze Zeit nur so motivierende Kommentare. Sagt immer so: Mama sagt immer, verlieren ist schlecht oder so, aber mit einem geilen russischen Akzent. Da freu ich mich immer komplett, der Typ ist einfach nur geil und den zock ich dann auch am liebsten, weil der mir einfach Spaß macht. Den nehme ich und ich weiß genau, das wird geil [...] aber so von der Attitüde her passt das schon ziemlich gut und dann spiele ich den auch lieber“ (Spieler 5, 29.04.2015).

Doch auch wenn sich die Spieler durch einige Aspekte von anderen Spielern unterschieden, so waren die Abweichungen im empirischen Material eher gering. Die Art des Spiels wurde von den Spielern genutzt, um sich auf der Basis der Regeln des Spiels einen eigenen Spiel-

stil zu erschaffen, und wie Haller es schon beschrieben hat, ein möglichst positives Selbstbild zu hinterlassen (vgl. Kapitel 3.1). Durch die wiederkehrenden Handlungen, die die Spieler beim Spielprozess ausführen, entsteht ein individueller, eigener Spielstil.

„Also ich hab's immer irgendwie abgelehnt so die Meta Champs zu zocken. Weißte, dass was grad so das Beste ist, sondern ich hab immer das gezockt, was ich eh schon geil fand und mit dem hab ich dann versucht zu funktionieren“ (Spieler 5, 29.04.2015).

Grundlegend muss betont werden, dass das Hauptmerkmal aller Online-Spieler die Erschaffung eines positiven Selbstbildes gegenüber anderen Spielern ist.

„Jeder Mensch kann sich im Internet neu erfinden. [...] Ich glaube Leute spiegeln ihre eigene Identität ein bisschen wider mit den Fähigkeiten, die sie im Computerspiel haben“ (Spieler 4, 29.04.2015).

### Identifikation mit der Spielfigur

Hinsichtlich der Identifikation mit der Spielfigur gibt es keine Einigkeit unter den Online-Spielern. Die Spieler von World of Warcraft haben eine starke Identifikation mit ihrer Spielfigur, die Spieler von League of Legends weisen eine nicht ganz so starke Identifikation mit ihrer Spielfigur auf, wobei bei ihnen Optik und Fähigkeiten der Funktionalität gegenüber steht.

„Ich bin dann wirklich, ich will nicht sagen, ich bin die Figur, das ist, glaube ich, übertrieben zu sagen, aber man kriegt dann nur noch das mit, was mit deiner Figur passiert, das stimmt schon“ (Spieler 5, 29.04.2015).

Hierbei ist die Identifikation dadurch gegeben, dass man dem virtuellen Selbst optische Merkmale verpasst, die einem selbst gut gefallen und Fähigkeiten aneignet, die dem Spieler Spaß machen, sie einzusetzen. Die Spieler von Counter Strike weisen keine Identifikation mit der Spielfigur auf und sind vor allem auf das taktische Element fokussiert.

### Körper vs. Virtualität

In der letzten Unterkategorie Körper und Virtualität geht es um die bewusste Wahrnehmung der eigenen, realen Person während des Spielens. Unabhängig davon welches Online-Spiel gespielt wurde, ist die Spieldauer, die der Spieler gespielt hat, von ihm nicht wahrgenommen worden. Wenn der Spieler sich im Spiel befunden und eingelebt hatte, hat der Spieler um sich herum alles vergessen. Die Anwesenheit der eigenen Person, bzw. der eigene Körper

wurde während des Spielens, nur selten richtig wahrgenommen. Spielen von Online-Spielen kann in einigen Fällen als eine Droge angesehen werden, welcher den eigenen Körper nicht mehr verfügbar macht und komplett in die virtuelle Welt projiziert.

### Gemeinsamkeiten der Online-Identität

Aus den Kategorien lässt sich über die Gemeinsamkeiten eine einheitliche Online-Identität auch zwischen unterschiedlichen Online-Spielen konstruieren. Diese einheitliche Online-Identität beinhaltet vier zentrale Merkmale, welche sich aus den Kategorien herausstellen. Die gemeinsame Online-Identität definiert sich darüber, dass die Spieler Gegner besiegen möchten und dabei Anerkennung und Respekt erlangen wollen. Darüber hinaus suchen sie Vertrauen in einer Gemeinschaft, welche sich über den Spielzweck konstruiert und möchten aus dem eigenen individuellen Spielen ein positives Selbstbild von sich erschaffen. Die Spielfigur spielt bei der Identitätsbildung innerhalb der verschiedenen Spiele eine unterschiedlich große Rolle. Gemeinsam ist den Spielern, dass sie aus ihrem realen Körper in die Welt des Spiels verlagert werden, wobei der Körper nur noch die ausführende Funktion von der Steuerung der Spielfigur besitzt.

Wie schon beschrieben, werden durch die vorgegebenen Strukturen Handlungen erzeugt, die mit der Gemeinschaft zusammen erledigt werden müssen. Durch die gegenseitige Anerkennung wird neue Motivation geschaffen. Eine eigene Online-Identität bildet sich durch die Zugehörigkeit zu einer Spielergruppe. Spieler schließen sich mit anderen Spielern zusammen, die die gleichen Interessen, dasselbe Tempo haben und ähnliche Handlungen verfolgen. Die Auswahl der Spielpartner erfolgt wie im realen Leben, nur mit dem Unterschied, dass im Spiel, Personen aufeinandertreffen, die im Alltag vielleicht nie ein Wort miteinander wechseln würden. Durch die Erfüllung von Aufgaben stärkt sich der innere Zusammenhalt der Gruppe.

Ein wichtiger Unterschied zum Alltag besteht darin, dass die Spieleidentität als Ausgleich zum alltäglichen Leben angesehen wird. Im Alltag besteht die Identität aus dem äußeren Erscheinungsbild einer Person, deren Handlungen und wiederkehrenden Abläufen und den unterschiedlichen Kreisen, Gruppen und Organisationen, in denen die Person sich aufhält (vgl. Schütz 1971: 10f.). Das Online-Spiel wird auch zum Teil der eigenen, individuellen



Identitätsbildung, da auch hier Erfahrungen gesammelt werden und Handlungen in Abstimmung mit anderen Online-Spielern vollzogen werden, angesehen. Loggt die Person sich in das Spiel ein, nimmt sie eine Identität an, welche sie sich in diesem bestimmten Kreis selbst erschafft. Der größte Unterschied ist, dass Personen innerhalb des Spiels nicht mit ihrem realen Körper agieren. Äußerliche Merkmale des realen Körpers haben somit keine Bedeutung, im Spiel sind für andere Spieler lediglich das Erscheinungsbild und die Fähigkeiten des Avatars relevant.

## 6 Fazit und Ausblick

Diese Arbeit versucht einen kleinen Einblick in Online-Identitäten zu geben. Die Sichtung der Literatur zu verschiedenen Identitätskonzepten ergab für die vorliegende Untersuchung fünf zentrale Aussagen über Identitäten: Identität entsteht immer in sozialer Interaktion, in die eine individuelle und eine soziale Komponente einfließen (1.). Identität impliziert eine Zugehörigkeit und Abgrenzung zu anderen (2.). Auch Medien prägen Identitäten, indem sie den Erfahrungs- und Orientierungsraum erweitern (3.). Die Zuschreibung kollektiver Identitäten zeichnet sich dadurch aus, dass die Mitglieder über Gemeinsamkeiten hinsichtlich ihrer Interaktionserfahrungen verfügen (4.). Im Bereich der Online-Spieler Community finden medienvermittelte, soziale Interaktionen statt, welche sich durch die Besonderheit auszeichnen, dass sie einerseits durch die Virtualität vom Körper entkoppelt sind; andererseits aber gleichzeitig virtuell verkörpert sind (bspw. durch Avatare) (5.). Daraus wurden für die vorliegende empirische Arbeit sechs inhaltliche Kategorien gebildet, welche Handlung, Motivation und Ziele, Gruppenzugehörigkeit, Individualität, die Identifikation mit der Spielfigur und die Kategorie Körper und Virtualität umfassen.

Im untersuchten Kontext der drei verschiedenen Online-Spiele-Genres wird eine kollektive Identität durch folgende gemeinsame Punkte konstruiert: Es geht darum, Gegner zu besiegen, Vertrauens- oder Zweckgemeinschaften aufzubauen und ein positives Selbstbildes zu erschaffen. Diese Punkte geben dem Spieler immer wieder die Motivation das Spiel weiter zu spielen.



Ein präziseres Identitätskonzept müsste die Alltagsidentität der jeweiligen Spieler in Bezug zur individuellen und kollektiven Online-Identität setzen. Hierfür ist weitere, größer angelegte Forschung notwendig. In diesem Zusammenhang wäre auch ein Vergleich von Spielern und Nichtspielern spannend. Zudem könnte eine größere Anzahl an Interviewten, die über eine bestimmte Altersgruppe, ein bestimmtes Tätigkeitsfeld und verschiedene Spielzeiten variieren, weiterreichende Ergebnisse liefern. Auch der Unterscheid zwischen Männern und Frauen könnten neue Erkenntnisse zur Konstruktion von Identitäten liefern. Durch den Einbezug weiterer Internetspiele könnten Gemeinsamkeiten und Unterschiede in der individuellen und kollektiven Identitätskonstruktion beim digitalen Spielen im Vergleich zu den hier diskutierten PC-Spielen gezogen werden. Die Verbreitung von Spielen im Internet findet zum Beispiel auf Video- und Spieleplattformen wie Youtube oder Twitch statt.

Die sozialen Interaktionen in Spielen werden sich weiter verstärken. Was mit Shootern auf Lan-Partys begonnen hat und sich mit MMORPGs und MOBAs weiterentwickelt, ist erst der Anfang. Die Bildung von Online-Identität in Spielen wird sich weiter verändern und wir können gespannt sein, wie sich dies in kommenden Spielen äußern wird.

## Literatur

Bartle, Richard (1996): "Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players Who Suit MUDs," Journal of MUD Research vol. 1 (1). Online im Internet unter: <http://mud.co.uk/richard/VW>

WPP.pdf (09.04.2015).

Albertini, V./Dickenhorst, U./Neundorf, Gerrit (2010): Veränderung ist möglich. Onlinespiele Flucht oder Entfaltung?. Buzz-Tagung: 17. und 18.03.2010.

Arendt, Hannah (1960): Vita Activa. Stuttgart: Kohlhammer.

Benölken, Christa (1987): Interaktion und Identität. Zur Pathologie streßbedingter Interaktion. Frankfurt am Main: R.G. Fischer Verlag.

Bernadette, Kneidinger (2013): Geopolitische Identitätskonstruktionen in der Netzwerkgesellschaft. Mediale Vermittlung und Wirkung regionaler, nationaler und transnationaler Identitätskonzepte. Medien – Kultur – Kommunikation. Wiesbaden: Springer Verlag. S. 37-46.

Bibliographisches Institut GmbH (2013): Duden: Identität, die. Online im Internet unter: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Identitaet> (16.03.15).

BIU (o.J.): gamescom – Celebrate the games. Online im Internet unter <http://www.gamescom.de/de/gamescom/home/index.php> (03.02.15).

Bonfadelli, Heinz (2008): Jugend, Medien und Migration. Empirische Ergebnisse und Perspektiven. Wiesbaden: VS Verlag.

Bornewasser, Manfred/Geng, Bernd/Waage, Marco (2000): Einflüsse der Bedrohung von Zugehörigkeitsgefühlen auf fremdenfeindliche Einstellungen. In: Gallenmüller-Roschmann, Jutta / Martini, Massimo/Wakenhut, Roland (Hrsg.): *Ethnisches und nationales Bewusstsein. Studien zur sozialen Kategorisierung*. Frankfurt am Main u.a.: Lang, S. 67-91.

Bornewasser, Klaus/Wakenhut Roland (1999): Nationale und regionale Identität: Zur Konstruktion und Entwicklung von Nationalbewusstsein und sozialer Identität. In: Bornewasser, Manfred/Wakenhut, Roland (Hg.): *Ethnisches und nationales Bewusstsein. Zwischen Globalisierung und Regionalisierung*. Frankfurt am Main u.a.: Peter Lang, S. 41-66.

Brown, Rupert (2002): Beziehungen zwischen Gruppen. In: Stroebe, W. / Jonas, K. / Hewstone, M. (Hrsg.): *Sozialpsychologie. Eine Einführung*. 4., überarbeitete und erweiterte Auflage. Berlin: Springer, S. 537-578.

Bünger, Traudl (2005): *Narrative Computerspiele. Struktur & Rezeption*. München: Kopaed.

Cohrs, Christopher J. (2005): Patriotismus – Sozialpsychologische Aspekte. In: *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 36 (1), S. 3-11.

Dresing, Thorsten/Pehl, Thorsten (2013): *Praxisbuch Interview, Transkription & Analyse. Anleitungen und Regelsysteme für qualitativ Forschende*. 5. Auflage. Marburg: Quelle: [www.audiotranskription.de/praxisbuch](http://www.audiotranskription.de/praxisbuch) (23.04.2015).

eGames (2007): Zielscheibe Spieler. In: eGames vom 03.2007, S.8-14.

Flick, Uwe (2009): *Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung*. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag. S. 194 -221.

Gärtner, Nadine (2010): Wer sind die "Spieler von nebenan"? Gruppenbildung, Typologie und Kommunikation in der virtuellen Realität des Cyberspace am Beispiel von WoW-spieler/innen. Arbeitskreis Digital-Game & -Gaming Forschung. Universität Duisburg-Essen: Working Papers kultur- und techniksoziologische Studien.

Giddens, Anthony (1991): *Modernity and Self-Identity*. Cambridge/Oxford: Polity Press.

Goffmann, Erving (1959): *The Presentation of Self in Every Day Life*. New York: Bantam Doubleday Dell Publishing Group.

Grünbichler, Benjamin (2009): *Lost in Cyberspace? Chancen und Risiken von Online-Rollenspielen als Herausforderung für Soziale Arbeit*. 2. Auflage 2009. Norderstedt: Books on Demand GmbH.

Grüninger, Helmut/Quandt, Thorsten/Wimmer, Jeffrey (2008): Generation 35 Plus. Eine explorative Interviewstudie zu den Spezifika älterer Computerspieler. In: Quandt, Thorsten/Wimmer, Jeffrey/Wolling, Jens (Hg.): *Die Computerspieler. Studien zur Nutzung von Computergames*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 113- 134.

Habermas, Jürgen (1968): *Theorie der Sozialisation. Stichworte und Literaturhinweise zur Vorlesung im SS 1968*. Hektographiertes Manuskript.

Haller, Max (1996): *Identität und Nationalstolz der Österreicher. Gesellschaftliche Ursachen und Funktionen. Herausbildung und Transformation seit 1945. Internationaler Vergleich*. Wien u.a.: Böhlau.

Hellmann, Wilhelm (1974): *Wörterbuch der Psychologie*. Stuttgart: Alfred Kröner Verlag.

Hepp, Andreas (2003a): Deterritorialisierung und die Aneignung von Medienidentitäten: Identität in Zeiten der Globalisierung von Medienkommunikation. In: Winter, Carsten / Thomas, Tanja/Hepp, Andreas (Hg.): Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur. Köln: Harlem. S. 94-119.

Hepp, Andreas/Thomas, Tanja/Winter, Carsten (2003): Medienidentitäten: Eine Einführung zu den Diskussionen. In: Winter, Carsten/Thomas, Tanja/Hepp, Andreas (Hg.): Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur. Köln: Harlem. S. 7-26.

Hipfl, Brigitte (2004): Mediale Identitätsräume. Skizzen zu einem ‚spatial turn‘ in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. In: Hipfl, Brigitte/ Klaus, Elisabeth/ Scheer, Uta (Hg.): Identitätsräume. Nation, Körper und Geschlecht. in den Medien. Eine Topografie. Bielefeld: transcript. S. 16–50.

Hoang (2013): Shooter 2013 – Die besten Ego-Shooter für PC, Xbox 360 und PS3 in der Vorschau. Online im Internet unter: <http://www.giga.de/spiele/battlefield-4/specials/shooter-2013-die-besten-ego-shooter-fur-pc-xbox-360-und-ps3-in-der-vorschau> (11.03.15).

Jenkins, Richard (1996): Social Identity. First edition. London und New York: Routledge.

Joas, Hans (2006): George Herbert Mead (1863-1931) in: Kaesler, Dirk (Hg.) (2006): Klassiker der Soziologie. von Auguste Comte bis Alfred Schütz. 5. Überarbeitete und aktualisierte Auflage. München: C.H.Beck oHG. S. 172- 190.

Jones, Steven G. (Hg.) (1998): Cybersociety 2.0: Revisiting Computer-Mediated Communication and Community. London/New Delhi: Sage Publications.

Katzjäger, Isabelle (2013): Gaming Your Identity – Das Selbst in Computerspielen. In: Compagna, Diego/Derpmann, Stefan (Hg.): Soziologische Perspektiven auf Digitale Spiele. Virtuelle Handlungsräume und neue Formen sozialer Wirklichkeit. Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft mbH. S. 91-108.

Krappmann, Lothar (1973): Soziologische Dimensionen der Identität. Strukturelle Bedingungen für die Teilnahme an Interaktionsprozessen. 3. Auflage. Stuttgart: Ernst Klett Verlag.

Krotz, Friedrich (2003): Medien als Ressource der Konstitution von Identität. Eine konzeptionelle Klärung auf der Basis des Symbolischen Interaktionismus. In: Winter, Carsten / Thomas, Tanja/Hepp, Andreas (Hg.): Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur. Köln: Harlem. S. 27-48.

Lamnek, Siegfried (2010): Qualitative Sozialforschung. Weinheim: Beltz.

Lehmann, P./Reiter, A./Schumann, C./Wolling, J. (2009): Die First Person-Shooter: Wie Lebensstil und Nutzungsmotive die Spielweise beeinflussen. In Quandt, T./ Wimmer, J./ Wolling, J (Hg.): Die Computerspieler. Studien zur Nutzung von Computergames. 2. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 242-261.

Lucas, K./Sherry, J.L. (2004): Sex Differences in Video Game Play: A Communication-Based Explanation. Communication Research. S. 499-523.

Mayring, Philipp (1983): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 11. aktualisierte und überarbeitete Auflage 2010. Weinheim und Basel: Beltz.

McCall, Georges J./Simmons, J.L. (1974): Identität und Interaktion. Untersuchungen über zwischenmenschliche Beziehungen im Alltagsleben. Internationale Studien zur pädagogischen Anthropologie Band 36. 1. Auflage. Düsseldorf: Pädagogischer Verlag Schwann.

Mead, George Herbert (1956): in Scheuerl, Hans (1975): Theorien des Spiels. Erweiterte Neuausgabe der „Beiträge zur Theorie des Spiels“. 10. Auflage. Weinheim. S.115 – 122.

Merton, R.K./Kendall, P.L. (1979): Das fokussierte Interview. In Hopf, C./Wenigarten, E. (Hg.). Qualitative Sozialforschung. Stuttgart: Klett-Cotta. S. 171-204.

Müller, Klaus (2010): Von Parmides zu Ovid oder: der Zauber der Virtualität. In: Bohrer, Clemens/Schwarz-Boenneke, Bernadette (Hg.): Identität und virtuelle Beziehungen im Computerspiel. München: kopaed. S. 43-58.

Neukirchner, Anne (2013): MOBA auf dem Vormarsch: Von der Mod zum Erfolgs-Genre-Große Historie und Spiele-Überblick. Online im Internet unter <http://www.pcgames.de/Spiele-Thema-239104/Specials/MOBA-auf-dem-Vormarsch-Von-der-Mod-zum-Erfolgs-Genre1061841/> (06.02.15).

Raiser, Konrad (1971): Identität und Sozialität. George Herbert Meads Theorie der Interaktion und ihre Bedeutung für die theologische Anthropologie. München: Chr. Kaiser Verlag. S. 13-29.

Reiterer, Albert F. (2004): Grenzziehungen. Zwischen nationalen Vorurteilen und sozialen Hierarchien. Minderheiten und Minderheitenpolitik in Europa, Band 6. Frankfurt am Main: Peter Lang International Academic Publishers.

Schachtner, Christina (2008): Virtualität, Identität, Gemeinschaft. Reisend im Netz. In: Willems, Herbert (Hg.): Weltweite Welten. Internet-Figuration aus wissenssoziologischer Perspektive. 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 103-116.

Schmitz, Tobias (2007): Spielewelten, Frühe Multiplayer-Online-Games, Ultima Online bis World of Warcraft, war da was? MMORPGs heute und morgen: World of Warcraft forever?. In: Lober, Andreas (Hg.): Virtuelle Welten werden real: Second Life, World of Warcraft&Co.: Faszination, Gefahren, Business. 1. Auflage 2007. Hannover: Heise Zeitschriften Verlag GmbH & Co KG, S. 9-57.

Schütz, Alfred (1971): Gesammelte Aufsätze. Bd. I. Den Haag.

Schwietring, Thomas (2013): Game over! – Sind digitale Spiele Spiele? Über die Ausweitung des Spielbegriffs und den Nutzen alternativer Zugänge. In: Compagna, Diego/Derpmann, Stefan (Hg.): Soziologische Perspektiven auf Digitale Spiele. Virtuelle Handlungsräume und neue Formen sozialer Wirklichkeit. Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft mbH. S. 25- 46.

Thöing, Sebastian (2010): DotA: Eine Karte, zwei Teams, drei berühmte Entwickler und vier Klone – Die wohl berühmteste Strategie Mod. Online im Internet unter <http://www.pcgames.de/Panorama-Thema-233992/Specials/DotA-Eine-Karte-zwei-Teams-drei-beruehmte-Entwickler-und-vier-Klone-Die-wohl-beruehmteste-Strategie-Mod-746286/> (06.02.15).

Turkle, Sherry (1995): Life on the Screen. Identity in the Age of the Internet. London: Weidenfeld & Nicolson.

Wimmer, Jeffrey (2013): Massenphänomen Computerspiele. Konstanz und München: UVK.